

Одним из направлений сувенирной моды стало стремление к персонализации подарков. Респектабельные фирмы преподносят сотрудникам уникальные вещи, которые демонстрируют хороший вкус и финансовые возможности. Так, консалтинговая компания «Топ-кадр» порекомендовала в качестве подарка **необычные чашки**. Если их наполняли горячим чаем и ставили на гладкую поверхность, на ней возникал, а потом исчезал логотип компании.

Сюрприз понравился. Менеджеры демонстрировали подарки всем посетителям фирмы, рассказывали о них родственникам и знакомым. Сувенирные чашки стали элементом имиджевой рекламы. **Печатную рекламу** изготавливают [полиграфическим](#) способом. Она рассчитана исключительно на зрительное восприятие.

## Печатная реклама

Преимущества печатной рекламы являются:

- относительная дешевизна;
- оперативность изготовления;
- отсутствие на том же носителе информации о конкурентах;
- длительный контакт (каталоги и проспекты).

К **недостаткам** следует отнести слабую избирательность и наличие большой аудитории, бесполезной для рекламодателя.

Подготовка **печатной рекламы** предполагает сбор сведений, необходимых для включения в рекламное средство. Они сводятся к следующему:

1. перечень выгод для заказчика;
2. фотографии, рисунки и прочие иллюстрации, которые могут вызвать любопытство, привлечь внимание, надолго запомниться;
3. технические сведения (таблицы и рабочие характеристики).

Перед [написанием текста](#) необходимо определить цель. Для оптимального сочетания текстовых и иллюстративных элементов изготавливается макет.

Цель **рекламно-коммерческой литературы** состоит в подробном ознакомлении потенциальных партнеров и покупателей с товарами (услугами) фирмы, рекламирующей свою продукцию. При оформлении печатной рекламы не допускаются экстравагантные утверждения, плохой дизайн, неряшливые иллюстрации и низкокачественная печать на

дешевой бумаге. Все это вызывает реакцию, обратную желаемой.

### **Печатная реклама**

является своего рода витриной, по которой потенциальные

[партнеры](#)

и покупатели судят о самой фирме, а также о предлагаемых ею товарах и услугах.

## **Бизнес-сувениры**

**Бизнес-сувенир** – это утилитарный (полезный) предмет, несущий рекламную информацию. Его функциональность имеет второстепенное значение. Важно, как часто он попадает на глаза владельцу. [Сувениры и подарки](#) бесплатно раздают людям, в которых заинтересован рекламодатель, не требуя каких-либо обязательств с их стороны. Они служат знаками расположения, вызывают положительные эмоции и напоминают о дарителе.

Сувенирам, как и другим средствам рекламы, присущи достоинства и недостатки.

